



Comitato di Sorveglianza POR FSE 2014 – 2020 ICO della Regione Toscana

Punto O.d.g. 9 - Informativa sull'attuazione della strategia di comunicazione

Piano annuale di comunicazione del Programma Operativo FSE Regione Toscana 2014-2020

Investimenti a favore della crescita, dell'occupazione e del futuro dei giovani
ANNO 2017

Firenze, 24 maggio 2017

PREMESSA

In attuazione del Regolamento (UE) 1303/2013 e della Strategia di Comunicazione (SdC) del PO FSE Toscana 2014-2020, l'Autorità di Gestione del Programma ha predisposto il piano delle attività di comunicazione (d'ora in poi PdC) per il 2017, che coprirà anche i primi mesi del 2018.

L'obiettivo prioritario del PdC è la diffusione della conoscenza del PO FSE partendo dagli obiettivi per arrivare ai risultati, passando per il tramite della promozione delle opportunità offerte.

Il piano di comunicazione del PO è attuato in sinergia e coerenza con il Piano Generale della Comunicazione degli Organi di Governo della Regione per l'anno 2017 di cui alla D.G.R. n. 16 del 17/01/2017 e con quanto evidenziato nel documento di Open Coesione *"prime indicazioni tecniche per la pubblicazione dei dati sui siti delle amministrazioni titolari di programmi delle politiche di sviluppo e coesione"*.

1. OBIETTIVI

Nel corso di questo terzo anno di attuazione del POR, che ricordiamo è stato approvato con Decisione della Commissione il 12.12.2014, molteplici sono le opportunità attuate o programmate per le quali si deve garantire un'attività di comunicazione incentrata sui seguenti obiettivi:

1. garantire un'adeguata promozione e conoscenza della programmazione del POR FSE 2014-20, e contestualmente una maggiore diffusione nel grande pubblico del ruolo dell'UE e della Regione Toscana nell'attuazione delle misure tese ad accrescere le competenze, a favorire l'occupazione e l'inclusione sociale;
2. assicurare una piena accessibilità alle opportunità offerte dal Programma, comunicando in maniera trasparente ed accessibile le modalità di partecipazione ai bandi/avvisi e le tempistiche di realizzazione degli interventi;
3. sostenere la diffusione del PO e delle novità intercorse anche tramite la comunicazione interna, tra i vari interlocutori coinvolti nella realizzazione;
4. potenziare la comunicazione on line, aggiornando tempestivamente le informazioni messe a disposizione dalla Regione nei principali ambiti di intervento del PO (formazione, lavoro, istruzione, inclusione sociale);
5. promuovere eventi/iniziative/campagne tematiche per accrescere il livello di conoscenza e di approfondimento del Programma, anche in collaborazione con i soggetti coinvolti nell'attuazione del programma.

2. DESTINATARI- GRUPPI TARGET

Le attività di comunicazione ed informazione devono essere definite tenendo conto delle specificità dei destinatari cui sono rivolte:

- beneficiari potenziali: nello specifico si tratterà dei soggetti cui gli avvisi /bandi programmati sono destinati;
- beneficiari effettivi, che devono essere informati rispetto alle regole e adempimenti per il corretto utilizzo dei finanziamenti ottenuti;
- pubblico, sono i cittadini che devono essere sensibilizzati e informati sulle opportunità del ciclo di programmazione FSE;
- moltiplicatori di informazioni che possono essere individuati come:

- destinatari specifici selezionati di volta in volta in base alle azioni che si intendono promuovere che possono ritrasmettere informazioni ai potenziali beneficiari (autorità pubbliche, università e centri di ricerca, scuole, enti di formazione, imprese, organizzazioni professionali, operatori economici e sociali, organismi del terzo settore, organizzazioni non governative);
- mass media, quali recettori e diffusori di informazioni;

- personale dei settori coinvolti nella attuazione del PO, cui devono essere trasmesse le informazioni relative alla disciplina di gestione.

3. AZIONI

Come previsto dalla Strategia di Comunicazione, il Gruppo di Coordinamento, costituitosi nel 2016, si è riunito il giorno 11 aprile 2017 per assicurare il raccordo tra le azioni di comunicazione da realizzare nel prossimo futuro.

L'attività di comunicazione relativa al PO FSE per il 2017 prevede:

- un evento annuale del Por FSE 2014-2020;
- Iniziative di comunicazione e informazione sul Sistema di gestione e controllo (Si.Ge.Co.) e sul Sistema Informativo del POR FSE;
- iniziative varie per fornire informazioni su obiettivi delle opportunità del FSE e sui nuovi avvisi con particolare attenzione agli aspetti dell'innovazione sociale;
- partecipazione della Regione Toscana alla fiera Didacta, fiera sull'alternanza scuola-lavoro, il più importante appuntamento fieristico sul mondo della scuola che da oltre cinquant'anni viene organizzato in Germania e che quest'anno farà del capoluogo toscano la capitale europea della scuola del futuro con l'obiettivo di favorire il dibattito sul mondo dell'istruzione tra gli enti, le associazioni e gli imprenditori;
- partecipazione al percorso "Giovanisì Lab/scuola, iniziativa volta a promuovere l'avvicinamento dei giovani delle classi quarte e quinte degli Istituti superiori toscani alle opportunità del progetto regionale e per sostenerli nel loro percorso di scelta post diploma con il coinvolgimento in specifici laboratori e incontri di circa una ventina di istituti;
- azioni di comunicazione mirate a dare visibilità al FSE ed alle opportunità offerte in riferimento al progetto Giovanisì (es: misure per liberi professionisti, tirocini curriculari, voucher alta formazione in Italia e all'estero, evento sul servizio civile e sul progetto Giovanisì nelle scuole);
- campagne di comunicazione in materia di Mercato del Lavoro per promuovere i servizi della Regione Toscana e le attività dei Centri per l'Impiego a favore di cittadini e imprese e dagli sportelli di orientamento;
- azione di comunicazione integrata e itinerante abbinata al concorso per band musicali giovanili emergenti per promuovere la conoscenza del FSE tramite un linguaggio musicale, collegate all'adesione da parte della Regione Toscana al progetto interregionale European Social Sound. Il progetto interregionale è stato rinviato per problemi organizzativi al 2018, ma la Regione Toscana ha comunque deciso di promuovere un progetto di comunicazione itinerante accogliendo spirito, motivazioni e finalità sottese al progetto European Social Sound e propedeutica alla sua realizzazione nel 2018: in particolare quella modalità innovativa nel campo della comunicazione, che consiste nell'utilizzare il linguaggio musicale e la sua capacità di aggregazione nel mondo giovanile per raggiungere una

platea di destinatari degli interventi FSE in Toscana altrimenti difficili da raggiungere (come ad esempio e NEET e Drop out). La campagna di comunicazione – che si svolgerà nel periodo giugno-dicembre 2017- sarà rivolta ai giovani destinatari degli interventi FSE, intercettando i beneficiari negli ambiti e nei luoghi in cui l'aggregazione giovanile naturalmente si esprime come nel caso di rassegne, eventi musicali, concorsi orientati al talent scouting, diffusi sul territorio regionale;

- potenziamento social network (si sta valutando l'attivazione dell'account Facebook);
- aggiornamento dei contenuti del sito internet tematico del POR FSE, accessibile tramite un banner generale "Fondi Europei – I programmi Operativi della Toscana" nella homepage del sito istituzionale della Regione Toscana.
- implementazione del canale Youtube;
- azioni di comunicazione (inserzioni su quotidiani e freepress, su pagine web, spot radiofonici e televisivi, ecc.) e pubblicazioni su riviste specializzate con focus dedicati;
- avvio di un progetto sperimentale con Ansa;
- aggiornamento dell'elenco delle operazioni, completo di tutte le informazioni previste dal Reg. (UE) n. 1303/2013, Sez. 1 con cadenza semestrale (maggio e dicembre);
- realizzazione di gadget da distribuire in occasione di eventi.

4. BUDGET

Per le azioni previste si ipotizza un costo totale di 350.000 euro.